科技期刊出版发行新模式浅谈

摘 要：现阶段，我国科技期刊普遍存在发行量少、影响力偏低等现象。如何借助新媒体技术在数字化出版进程中改善期刊出版发行现状，提升期刊影响力是期刊出版工作者急需面对的一大问题。本文结合出版市场新形势，就上述问题提出若干初步建议，以供广大同行参考。

关键词：科技期刊；出版发行；新媒体；数字化出版
中图分类号：G237.5 文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）03-096-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.03.041

文 / 张玲

近年来，随着我国的经济、科技实力不断增强，科技期刊亦得到了极大发展，期刊数量、质量均有极大提升。据《中国科技期刊发展蓝皮书（2017）》统计显示，截至 2016 年年底，我国科技期刊数量为 5020 种，超过许多先进国家进入期刊大国行列[1]。从 2004 年到 2012 年，被 SCI 收录期刊增长约一倍，达到了 100 多种[2]。但在此过程中，期刊发展也存在不少问题，如缺乏高影响力的顶尖期刊，期刊发行数量普遍不高且呈下降趋势，期刊自身的学术影响力不足等。同时，自 21 世纪初开始的数字化出版转型进程中，我国大多数科技期刊仅仅在编辑流程上实现了数字化，出版及发行模式还停留在旧阶段，未能真正实现数字化。如何完善数字化出版全流程，并利用这一新的技术手段为科技期刊发展创造更大空间，增强期刊发行量并提高影响力，成为科技期刊当前急需面对的一大问题。本文现结合出版发展新趋势，围绕期刊出版发行新模式提出若干建议，以供广大同行参考。

1. 细化编辑流程分工，挖掘编辑核心价值

一名高素质的编辑应具备较强的专业知识，将工作重点放在稿件专业内容的把关，与专家、作者的沟通互动上，以及期刊专业方向的确定，行业热点的把握，重点号的组稿等。排版、校对等相关工作可以考虑交给专门的外包公司负责，以充分发挥编辑的工作效能，用更少的人力完成更多核心工作。例如，Springer Link 出版社就借助数字化出版平台实现了工作流控制、文件跟踪管理、文件自动发送等自动化流程，借助与外包排版商的合作将非核心业务移交了出去[3]。具体操作过程概述如下：编辑加工完成稿件后，启动工作流，将稿件在线发送给外包排版商；由排版商完成排版、校对、建立参考文献 DOI 索引等非核心工作；同时由排版商承担联系作者校对工作，将系统自动生成的 PDF 文件发送给作者；作者完成校对后排版商再将终稿发送给编辑；编辑确认后，通过文件自动发送系统实现文献的网上发布。整个过程简易高效，省时省力，在期刊出版的前期工作中编辑人员可节省大量的时间、精力。而与之形成鲜明对比的是，我国科技期刊目前采用的排版、校对模式，编辑需要花费大量的时间、精力去完成 3 轮校对，耗费大量纸张、油墨打印纸板校对稿，部分编辑部甚至需要编辑完成排版工作，效率偏低且无法凸显编辑核心工作价值，偏离了数字化出版进程及专业化要求。当前，我国现正处于从科技大国向科技强国转型的进程中，急需具有国际影响力的科技期刊，以及具备国际视野的复合型出版人才，期刊编辑应努力提高自身素养，培养大局观，在充分提升论文质量、促进科技信息交流的同时，积极致力于期刊的发行推广及影响力的提升。

2. 依托专业力量，拓宽出版发行渠道

传统的科技期刊出版发行都是依靠期刊社自身的力量独立完成，资源、渠道有限，效果一般。新形势下期刊发展要求多元化、专业化、甚至国际化的发行渠道，借助专业团队力量增加发行量，增强显示度。部分新创刊的期刊社在这方面开始了积极尝试。例如，2013 年创刊的 Gastroenterology Report 杂志编辑部即选择与市场份额巨大、技术力量雄厚的牛津出版社合作，由经验丰富的对方负责期刊的出版与发行，帮助杂志开拓市场，增强影响力。牛津出版社等大型出版社具备专业的发行团队，能够依据杂志定位（编辑内容、专题、策划方向、影响因子等）确定目标发行领域，及时、有针对性地对客户群 / 潜在客户群进行宣传及推送。同时，就读者对期刊产品的反应做出详尽而准确的分析，供编辑部及时调

整期刊发展方向。同时，他们还可以充分利用经销商的力量，在国内外学术讲座、会议交流、品牌推广等活动中开设期刊展柜，提高杂志知名度与客户认可度。

3. 借助新媒体技术，加强网络发行力度

数字时代，读者的阅读习惯发生了巨大的改变，网络阅读、移动阅读逐渐成为大众获取资讯的主要方式，纸媒的发行量呈普遍下滑趋势，网络发行（具体表现为网络浏览量、下载量）成为衡量期刊传播力、影响力的重要指标。现阶段网络发行主要依托电脑、平板及手机终端这三大载体，以官方网站、APP、微博、微信等社交媒体工具为主要渠道。以微信公众号为例，部分敏锐的科技期刊已经通过微信公众号进行期刊征稿、编辑、服务和经营，以“学报”为关键词就可搜索出 100 余个科技期刊公众号 [5]。利用公众号的推送功能，定期发送期刊最新目录、精品论文或行业动态，不仅可以增强用户黏性，还可以有效提高期刊论文显示度。当公众号品牌建设达到一定程度后，则可通过粉丝效应实现期刊的全方位营销，完成期刊发行、学术活动策划、行业展会等一系列活动。

除微信公众号外，微信商城在出版行业中的积极作用也开始凸显。国内学者曹继东 [6] 研究显示，微信商城基于“用户需求”和“用户体验”开发的特色互动等功能使出版企业入驻商城后魅力大增。自 2014 年 3 月全面开通微信支付功能以来，华文天下、读库等多家出版企业纷纷入驻商城，设立微店专区销售图书及衍生品，与实体书店形成有效互补。这一经营模式同样值得科技期刊借鉴，尤其是集群式经营的科技期刊社 / 出版集团。

与此同时，APP 也逐渐成为扩大科技期刊传播的一种重要方式。APP 是数字化出版向移动设备的延伸，具有便捷性、交互性、实时性的特点，用户使用体验佳 [7]。一项针对中华医学会系列期刊 APP 的研究显示，APP 在医学期刊数字出版应用中具有功能多样、时效性强、黏合度高、价格优惠等优势，应用前景乐观 [8]。但另一项研究同时也指出，虽然国内外科技期刊一般都会采取 3 种以上新媒体技术实现融合出版，但现阶段仍尚难以对各种新媒体的优势进行深度开发，需要更进一步掌握新媒体技术，充分理解融合出版的理念 [9]。融合出版不是多种出版形式的简单叠加，而是在内容建设的基础上，充分发挥新媒体的不同优势，扬长避短，以用户需求和体验为落脚点，才能真正实现出版发行模式的变革。

结语

通过国际知名期刊及部分新兴优秀期刊营运模式可以看出，细化分工，实现与专业力量的合作是科技期刊发展的趋势。扩宽发行渠道，实现融合出版是科技期刊在新形势下增强影响力、扩大发行量的重要途径。只有掌握出版环境新变化、新规律，及时更新理念，调整展策略，才能真正地推动期刊发展，打造传播范围广、学术影响巨大的精品期刊。媒

参考文献

[1]http：//www.xinhuanet.com/tech/2018-01/29/c_1122330364.h.

[2]http：//www.ewen.com.cn/qikan/bkview.asp?bkid=234099&cid=707012.

[3] 彭玲 . 改进学术期刊出版流程，加快我国期刊数字化进程 [J]. 数字图书馆论坛，2009（8）：39-43.

[4] 金东，游苏宁 . 医学科技期刊市场发行现状及提升对策探讨 [J]. 中国科技期刊研究，2010，21（3）：395-397.

[5] 周华清 . 科技期刊微信公众号平台运营指标与模式研究 [J]. 中国科技期刊研究，2015，26（12）：1289-1294.

[6] 曹继东 . 传统出版和新兴出版融合发展模式探析 [J]. 出版科学，2016，24（3）：24-27.

[7] 文艳霞 . 移动互联环境下的 APP 与期刊 APP[J]. 出版发行研究，2012（9）： 82-85.

[8] 冯秋蕾 . APP 在医学期刊出版中的应用 [J]. 中国科技期刊研究，2015，26（4）： 370-375.

[9] 王福军，冷怀明，郭建秀，等 . 互联网背景下科技期刊的媒体融合路径 [J]. 编辑学报，2016，28（1）： 11-14.

（**作者单位：**《中华神经医学杂志》编辑部）